

كُتِيب الدُورَة

الإعلان الرقمي وإعلانات محركات البحث ومنصات التواصل الاجتماعي

Professional Training Course

Skillslab Training Provider

Skills for Tomorrow's World 



وصف الدورة

المقدمة

لتحقيق نتائج مؤثرة، فالمؤسسات تحتاج إلى التنافس، لم يعد الظهور عبر الإنترنت وحده كافياً في البيئة الرقمية شديدة الفعالة للميزانيات، المؤسسة بالاستهداف الدقيق للجمهور، وصياغة استراتيجية إعلانية رقمية منضبطة تربط الأولويات تعد دورة الإعلان الرسائل المؤثرة، والإدارة

برنامجاً تدريبياً عملياً ومهنياً يهدف الرقمي وإعلانات محركات البحث ومنصات التواصل والقياس المستمر للأداء، الأكثر الرقمية وإطلاقها وإدارتها وتحسينها عبر محركات إلى تمكين المشاركين من تخطيط الحملات الإعلانية الاجتماعي توفر الدورة منهجية متكاملة تشمل البحث ومنصات التواصل الاجتماعي

وإدارة الميزانيات، وإعلانات الفيديو، والإعلان عبر منصات التواصل الإعلان عبر نتائج البحث، والإعلانات المصورة، استخداماً. المشاركون كيفية تحويل وقياس التحويلات، وتحليل الأداء، والتحسين المستمر الاجتماعي، واستهداف الجمهور، وسيتعلم

الإنفاق، واختيار القنوات والصيغ المناسبة، والوصول إلى الأهداف المؤسسية إلى حملات إعلانية مترابطة، للحملات. الدورة للجهات الحكومية والوزارات واستخدام بيانات الأداء لاتخاذ قرارات أكثر الجمهور ذي الأولوية، وتحسين كفاءة وتوفير

أعلى التنفيذية قيمة استراتيجية عالية، تتمثل في القدرة ومؤسسات القطاع العام والشركات الكبرى والقيادات دقة. غير الفعال، من الكفاءة والمساءلة، وتعزيز التواصل مع الجمهور، على إدارة الاستثمار الإعلاني الرقمي بمستوى أهداف وتحسين نتائج الحملات، وتقليل الإنفاق

بنهاية هذه الدورة، سيكون المشاركون وإظهار أثر مؤسسي قابل للقياس.

فهم الدور الاستراتيجي الدورة

- تطوير استراتيجيات متكاملة للإعلان الرقمي في المؤسسات قادرين على:
- فهم إمكانات الإعلان عبر للإعلانات المدفوعة تتوافق مع الأهداف الحديثة.
- اختيار أهداف الحملات محركات البحث ومنصات التواصل المؤسسية.
- تحديد الاجتماعي.
- تخطيط الجمهور المستهدف استناداً إلى الخصائص والسلوكيات وصيغها وقنواتها المناسبة.

- إجراء حملات فعالة عبر البحث والعرض المرئي والفيديو والاهتمامات ونوايا البحث.
- تطوير رسائل إعلانية بحث عملي عن كلمات البحث المستخدمة في الحملات ومنصات التواصل الاجتماعي.
- بناء هياكل المدفوعة.
- توزيع وأفكار إبداعية مؤثرة.
- إدارة المزايدات ميزانيات الإعلان الرقمي منظمة للحسابات والحملات.
- فهم آليات بكفاءة.
- تحليل الأداء الإعلاني تتبع التحويلات وقياس نتائج والميزانيات بأسلوب منظم.
- تحسين الحملات.
- إعداد خطط عملية لتنفيذ الحملات استناداً إلى البيانات وسلوك باستخدام مؤشرات ذات معنى.
- محتوى الجمهور.

فهم الدورة اليوم الأول: استراتيجية الإعلان الإعلانات الرقمية.

- الدور الرقمي وتخطيط الوسائط المدفوعة
- ربط الحملات الإعلانية الاستراتيجية للوسائط الرقمية بيئة الإعلان الرقمي الحديثة.
- فهم العلاقة المدفوعة.
- التعرف إلى دور الإعلان بين الوسائط المدفوعة والمملوكة بالأولويات المؤسسية.
- فهم أهداف الحملات عبر محركات البحث ومنصات التواصل والمكتسبة.
- رسم رحلة الاجتماعي.
- تحديد شرائح إعلانية مختلفة.
- ربط أهداف الجمهور الرقمية.
- اختيار القنوات والصيغ الحملات بمراحل رحلة الجمهور ذات الأولوية.
- فهم الاعتبارات الجمهور.
- تطوير استراتيجية المتعلقة بالميزانية الإعلانية المناسبة.
- تطبيق الإعلان.
- اليوم الثاني: الإعلان عملي لإعداد إطار لاستراتيجية الإعلان متكاملة للوسائط المدفوعة.

فهم منظومة الإعلان عبر محركات البحث وإدارة حملات الرقمي.

- التعرف إلى فرص البحث
- فهم نية المستخدم عند الإعلان عبر البحث والعرض المرئي محركات البحث.

- إجراء بحث فعال عن كلمات الفيديو.
 - اختيار وتنظيم كلمات البحث البحث.
 - فهم أساليب مطابقة البحث.
 - بناء هيكل الحملات الخاصة بالحملات.
 - كتابة كلمات البحث.
 - تحسين والمجموعات الإعلانية.
 - فهم أهمية توافق الإعلان جودة الإعلانات ومدى صلتها باحتياجات إعلانات بحث واضحة ومقنعة.
 - تخطيط المزايدات الجمهور.
 - إدارة كلمات مع صفحة الوصول.
 - تقييم أداء حملات والميزانيات.
 - ورشة عمل لبناء حملة إعلانية الاستبعاد.
 - اليوم الثالث: البحث.
- فهم آليات الإعلان عبر الإعلان عبر منصات التواصل الاجتماعي واستهداف متكاملة عبر البحث.
- تحديد الجمهور
 - اختيار أهداف هيكل الحملات والمجموعات منصات التواصل الاجتماعي.
 - فهم خيارات استهداف والإعلانات.
 - بناء جماهير استناداً إلى الحملات.
 - استخدام الجمهور.
 - تطوير جماهير مشابهة بيانات المتعاملين والمؤسسة في تطوير الخصائص والاهتمامات.
 - فهم استبعاد الجماهير.
 - تخطيط مواضع عرض للجمهور الحالي.
 - اختيار الصيغ الإعلانية الجماهير وتداخلها.
 - تطوير رسائل إعلانية الإعلانات.
 - تحسين المحتوى المرئي ومحتوى المناسبة.
 - إدارة ميزانيات الحملات مقنعة.
 - ورشة عمل لتطوير الفيديو.
 - اليوم الرابع: قياس حملة إعلانية متكاملة عبر منصات التواصل وآليات التوزيع.

فهم أهمية القياس في الإعلان الحملات وتتبع التحويلات وتحسين الاجتماعي.

- تحديد مؤشرات أداء ذات الأداء
- قياس مرات الظهور والوصول الرقمي.
- فهم معنى.
- تقييم كفاءة والنقرات والتفاعل والتحويلات.
- قياس العائد من تكلفة اكتساب المتعامل.
- فهم مبادئ تتبع الإنفاق الإعلان.
- ربط أداء الحملات الاستثمار الإعلان.
- تقييم فاعلية صفحات بالإجراءات التي ينفذها المستخدم على التحويلات.
- تفسير تقارير منصات الموقع.
- تحديد الحملات عالية الوصول.
- تحسين الإعلان.
- إعادة توزيع الميزانيات الجماهير وكلمات البحث والرسائل ومواضع الأداء وضعيفة الأداء.
- تطبيق العرض.
- تطبيق عملي لتحليل أداء اختبارات منظمة لتحسين استناداً إلى النتائج.
- اليوم الحملات.

تطوير استراتيجيات إعلانية الخامسة: التخطيط المتقدم للحملات وحوكمة الإعلان حملة وتحسين نتائجها.

- تنسيق الحملات بين متكاملة عبر محركات البحث ومنصات التواصل الرقمي
- إدارة تكرار ظهور الاجتماعي.
- تخطيط القنوات المختلفة.
- إعداد تقاويم الحملات الحملات عبر المراحل المختلفة لرحلة الإعلانات أمام الجمهور.
- توزيع الميزانيات بين الجمهور.
- إدارة الفرق الإعلانية.
- إنشاء القنوات والأهداف.
- حماية اتساق الهوية المؤسسية آليات للموافقة على الحملات والرقابة الداخلية والجهات الخارجية.
- إدارة عليها.
- إعداد تقارير تنفيذية عن المخاطر والالتزام بسياسات في الإعلانات الرقمية.

- عرض النتائج المنصات.
 - إعداد خارطة طريق لتحسين الإعلانات على الإدارة أداء الحملات.
 - ورشة ختامية العليا.
 - تم لتقديم خطة متكاملة لحملة إعلانية الإعلانات الرقمية.
- الفئة المستهدفة

الرقمي والتسويق والاتصال وإشراك الجمهور والحملات تصميم هذه الدورة للمهنيين المسؤولين عن الإعلان رقمية.

مديرو

- مديرو ومتخصصو والأداء المؤسسي، ومنهم:
 - متخصصو الإعلان التسويق الرقمي.
 - مديرو التسويق.
 - مديرو منصات التواصل الرقمي.
 - متخصصو الاتصال الحملات.
 - متخصصو الاتصال الاجتماعي.
 - متخصصو العلاقات المؤسسي.
 - مديرو العلامة الحكومي.
 - فرق المحتوى العامة.
 - متخصصو تطوير المؤسسية.
 - فرق التواصل مع والإبداع.
 - محللو الأداء الأعمال.
 - مديرو حسابات المتعاملين.
 - القيادات المسؤولة عن التسويقي.
 - لا الاستثمار في التسويق الوكالات.
- متطلبات الدورة

المشاركون معرفة أساسية بالتسويق الرقمي أو الاتصال تتطلب الدورة خلفية تقنية متقدمة. ويُفضل أن يمتلك الرقمي.

ويُنصح المشاركون بإحضار أمثلة من عبر الإنترنت أو منصات التواصل الاجتماعي أو مبادئ

تقارير أداء أو أهداف تسويقية مؤسسية لاستخدامها حملات حالية أو تحديات إعلانية أو ملفات جمهور أو الإعلان.

وقد يساهم الوصول

أساسياً لفهم محتوى الدورة والاستفادة إلى حسابات إعلانية في تعزيز التطبيق العملي، لكنه خلال التمارين التطبيقية.

تعتمد الدورة ليس شرطاً

منهجية التدريب

منهجية الإعلان الرقمي بالتنفيذ الواقعي للحملات والقياس على منهجية تفاعلية وتطبيقية تربط استراتيجية منه.

وتشمل

عروضاً مهنية ومناقشات الفعلي للأداء.

- أمثلة واقعية من التدريب:
- عروضاً استراتيجية.
- تمارين الحملات الإعلانية الرقمية.
- أنشطة للبحث عن تطبيقية لمنصات الإعلان.
- ورش عمل لتخطيط لاستهداف الجمهور.
- تمارين لكتابة الرسائل كلمات البحث.
- محاكاة لتوزيع الحملات.
- أنشطة لتحليل الإعلان.
- تمارين لتحسين الميزانيات.
- دراسات حالة الأداء.
- جلسات جماعية لحل الحملات.
- إعداد خطط تنفيذية وعروض تطبيقية.
- يطبق المشاركون مفاهيم المشكلات.

اكتساب أدوات عملية وأطر تخطيط ومنهجيات تنفيذ يمكن الدورة على سيناريوهات إعلانية واقعية، بما يضمن تقديمية.

مخرجات

عند إتمام الدورة بنجاح، سيكون استخدامها مباشرة داخل مؤسساتهم.

تطوير خطط التعلم

- اختيار القنوات إعلانية رقمية متوافقة مع الأولويات المشاركون قادرين على:
 - تحديد الاستراتيجية.
 - تخطيط والصيغ الإعلانية المناسبة.
 - إجراء بحث منظم عن كلمات حملات فعالة عبر محركات شرائح الجمهور ذات الأولوية.
 - تطوير إعلانات بحث ذات صلة البحث.
 - تخطيط حملات فعالة عبر البحث.
 - بناء وفاعلية.
 - اختيار مواضيع منصات التواصل الاجتماعي.
 - تطوير رسائل إعلانية العرض والصيغ المناسبة جماهير مستهدفة بدقة.
 - إدارة الميزانيات وقرارات للحملات.
 - قياس أداء الحملات مقنعة.
 - تقييم المزايدة بكفاءة.
 - تحسين الحملات استناداً كفاءة الإنفاق ونتائج باستخدام مؤشرات مناسبة.
 - إعداد التحويل.
 - يقدم خرائط طريق متكاملة لتنفيذ الإعلانات إلى البيانات وسلوك الجمهور.
- ملف المدرب

يملك المدرب خبرة متقدمة الدورة خبير معتمد دولياً يتمتع بخبرة عملية الرقمية.

والإعلان عبر منصات التواصل الاجتماعي، في استراتيجية الإعلان الرقمي، والإعلان عبر محركات واستشارية واسعة. الحملات، وقياس التحويلات، وتحليل الأداء، وتطوير وتخطيط الوسائط المدفوعة، واستهداف الجمهور، وتحسين البحث، وجمع

والتطبيقات الواقعية أسلوب التدريب بين الرؤية الاستراتيجية على مستوى القدرات المؤسسية في التسويق الرقمي. ومؤسسات القطاع العام والشركات الكبرى ومنهجيات التنفيذ المناسبة للجهات الحكومية القيادات والأدوات العملية والوزارات

والقيادات التنفيذية.

تواصل معنا

الأسعار الجماعية، يُرجى التواصل معنا: للاستفسار عن التسجيل أو المواعيد القادمة أو

الموقع الإلكتروني www.skillslab-training.com

البريد الإلكتروني info@skillslab-training.com

واتساب +966 559 653 447

Generated by Skillslab Training

info@skillslab-training.com | واتساب: +966 559 653 447

www.skillslab-training.com